

## PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT HIMBAUAN TENTANG PENTINGNYA ASI EKSKLUSIF DALAM BENTUK MEDIA CETAK

**Oktavia Dwi Aulita**

Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa Dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
aulia.phia@gmail.com

**Wayan Setiadarma**

Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa Dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
wsetiadarma@yahoo.co.id

**Abstrak:** Di wilayah Kabupaten Mojokerto yaitu di daerah Trawas adalah salah satu tempat dimana diketahui pendataan kasus tentang ASI Eksklusif terakhir pada tahun 2014 yang didapatkan dari Puskesmas Trawas menunjukkan bahwa keseluruhan desa di Kecamatan Trawas memiliki prosentase yang tinggi pada pemilihan pemberian ASI tidak eksklusif dibandingkan pemberian ASI Eksklusif. Puskesmas Trawas belum memiliki media kampanye tentang pentingnya ASI Eksklusif sehingga perlu untuk dibuat media kampanye tentang pentingnya ASI Eksklusif agar masyarakat Trawas dapat memahami pentingnya pemberian ASI eksklusif kepada bayi. Maka dirumuskan permasalahan yakni bagaimana konsep, proses, dan bentuk perancangan desain iklan layanan masyarakat himbauan tentang pentingnya ASI eksklusif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dengan ahli gizi di Puskesmas Trawas dan Kepala Puskesmas Trawas, dilengkapi dengan dokumentasi yang diperoleh saat penelitian. Setelah pengumpulan data langkah selanjutnya adalah merancang desain, validasi desain, revisi desain, validasi desain hasil revisi, produk jadi. Pada langkah awal proses perancangan desain ILM yakni membuat desain sketsa atau *thumbnail*, kemudian hasil sketsa dilanjutkan dengan dibuat bentuk visual melalui proses *tight tissue* atau *comp* dengan menggunakan *software Adobe Photoshop CS3* pada computer. Hasil dari perancangan ILM tentang ASI Eksklusif ini adalah poster, x-banner, billboard, brosur, kalender, hanging mobile dan stiker.

**Kata Kunci:** Iklan Layanan Masyarakat, ASI Eksklusif, Media Cetak

**Abstract:** On the territory of the region of Mojokerto Trawas is one of the places where it is known collection of exclusive breastfeeding last cases in 2014 were obtained from health Trawas shows that all villages of the district Trawas has a high percentage of the election is not exclusive breastfeeding compared to exclusive breastfeeding. Puskesmas Trawas not yet have a media campaign about the importance of exclusive breastfeeding so it needs to be a media campaign about the importance of exclusive breastfeeding Trawas so that people can understand the importance of exclusive breastfeeding for infants. Then the problem of how to formulate concepts, processes, and designing the shape of public service announcements about the importance of exclusive breastfeeding appeal. This study uses qualitative methods with data collection through observation, interviews with a nutritionist at the health center Trawas and Head Health Center, equipped with the documentation obtained during research. After data collection the next step is to design the design, design validation, design revision, the revised design validation, finally product. At the beginning of the design process step ILM design which makes the design sketch or thumbnail, then the results followed by a sketch made visual from through a process of tight tissue or a comp using Adobe Photoshop CS3 software on the computer. Results from the design ILM on exclusive breastfeeding are poster, x-banners, billboards, brochures, calendars, hanging mobile and stickers.

**Key words:** Public Service Announcements, Exclusive Breastfeeding, Print Media

### PENDAHULUAN

Kemajuan suatu bangsa dimulai dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas, untuk menciptakannya harus dimulai sejak dini atau bayi. Delapan puluh persen perkembangan otak anak dimulai sejak dalam kandungan

sampai usia 3 tahun yang dikenal sebagai periode emas, oleh karena itu diperlukan pemberian ASI Eksklusif selama 6 bulan dan dapat diteruskan sampai anak berusia dua tahun. ASI adalah cairan hidup yang mengandung zat kekebalan yang akan melindungi bayi dari berbagai penyakit infeksi bakteri, virus, parasit, jamur sehingga

dapat menurunkan angka kesakitan dan kematian bayi. (Roesli, 2000) dikutip dari website (eprints.ums.ac.id).

Beberapa kasus yang menyebabkan tingginya angka kematian bayi antara lain karena terjadinya infeksi dan ketahanan fisik bayi rendah. Hal ini disebabkan karena banyak bayi yang tidak mendapatkan ASI Eksklusif. Data Dinas Kesehatan Kota Mojokerto pada tahun 2010 baru mencapai 46,19%. Hasil ini telah meningkat dari pencapaian tahun lalu yang tercatat 34,91%. Pencapaian ASI Eksklusif dalam lima tahun terakhir tercatat tidak banyak mengalami perubahan, yaitu berkisar 40% padahal target pemerintah terhadap pemberian ASI Eksklusif sebesar 60% (Sulistiyowati, 2014) dikutip dari website (journal.unair.ac.id).

Sejalan dengan program dari Puskesmas yang bertujuan agar seluruh masyarakat di Kecamatan Trawas khususnya ibu hamil dan ibu menyusui agar lebih memahami dan mengerti tentang pentingnya ASI Eksklusif dan manfaat ASI Eksklusif. Peneliti berupaya untuk membantu memberikan media informasi sesuai kemampuan dan ilmu yang dimiliki peneliti. Terutama di Puskesmas Trawas tersebut yang masih sangat kekurangan media kampanye tentang ASI Eksklusif dan manfaat ASI Eksklusif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diperoleh rumusan masalah (1) Bagaimana konsep perancangan desain periklanan himbauan tentang pentingnya ASI Eksklusif; (2) Bagaimana proses perancangan desain periklanan himbauan tentang pentingnya ASI Eksklusif; (3) Bagaimana bentuk desain periklanan himbauan tentang pentingnya ASI Eksklusif.

Untuk menkampanyekan tentang pentingnya ASI Eksklusif diperlukan media kampanye yang tepat sehingga dapat tersampaikan kepada audiens. Pada pembuatan karya ini peneliti menggunakan media kampanye poster, billboard, x-banner, brosur, hanging mobile, kalender dan stiker.

## METODE

Metode perancangan diawali dengan pengumpulan data melalui tahap: Observasi atau pengamatan memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya (Moleong, 2005:174). Pengamatan dilakukan dengan cara mengamati dan meninjau langsung lokasi Puskesmas Trawas, orang-orang di area Puskesmas Trawas dan mencatat maupun mengambil gambar (pemotretan) terhadap segala sesuatu yang diperlukan dalam proses perancangan desain.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud-maksud tertentu. Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab dengan maksud tertentu, melalui percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yaitu penulis yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yaitu Ufita Mrihartining, A.Md, Gz selaku bidan dan ahli gizi di Puskesmas Trawas yang mengetahui tentang perkembangan pemberian ASI Eksklusif di Kecamatan

Trawas, dari hasil wawancara memberikan jawaban atas pertanyaan itu secara lisan (Moleong, 2007:186).

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2011:326). Dokumentasi yang didapatkan berupa foto, website, brosur-brosur lama buku, media massa, artikel yang mendukung dan menyangkut tentang ASI Eksklusif.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2012:198).

USP, *Unique Selling Proposition* adalah menganalisis keunikan yang dimiliki oleh produk atau jasa sebagai kelebihan yang dimiliki produk atau jasa tersebut dibandingkan dengan pesaing hingga para pesaing tidak bisa memilih atau tidak memiliki pilihan.

Dilanjutkan ke tahap perancangan yaitu proses visualisasi media kampanye. Terdiri dari tiga tahap yaitu tahap pertama tahap thumbnail, tahap kedua yaitu tahap tight tissue atau comprehensive sampai pada tahap akhir yaitu hasil finally art dan produksi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Trawas terbagi menjadi 13 desa yaitu Trawas, Ketapanrame, Selotapak, Tamiajeng, Kesiman, Duyung, Belik, Sukosari, Penanggungan, Kedungngudi, Seloliman, Jatijejer, Sugeng dan termasuk 29 dusun di dalamnya. Berdasarkan data yang diperoleh hanya terdapat satu puskesmas sebagai puskesmas pusat di Kecamatan Trawas yang beralamatkan di Jln. Pahlawan 31 Trawas-Kabupaten Mojokerto. Sedangkan masing-masing desa terdapat satu klinik bidan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Puskesmas Trawas diketahui pendataan kasus tentang ASI Eksklusif terakhir pada tahun 2014 yaitu menunjukkan perbandingan antara ibu yang memberikan ASI Eksklusif dan ASI tidak eksklusif dapat diketahui bahwa hampir dari keseluruhan desa di Kecamatan Trawas memiliki prosentase yang tinggi pada pemilihan pemberian ASI tidak eksklusif. Data tersebut juga menginformasikan pemberian ASI tidak eksklusif dinilai cukup tinggi dengan nilai prosentasi 99.98% yaitu di desa selotapak dan desa belik.

Menurut keterangan ibu Ufita selaku bidan dan ahli gizi di Puskesmas Trawas, faktor yang menyebabkan pemberian ASI eksklusif di rasa kurang maksimal yaitu dari faktor pengetahuan, faktor sosial budaya, faktor psikis ibu dan faktor perilaku. Dimana intinya ibu mudah terpengaruh oleh pemberian susu formula/susu botol karena adanya kemajuan teknologi dan meningkatnya daya beli masyarakat sehingga ibu berfikir jika ASI tidak keluar dapat digantikan dengan susu formula. Menurut keterangan bapak Mas'ud selaku kepala Puskesmas Trawas dari pihak puskesmas sendiri sudah sering sekali mengadakan kegiatan penyuluhan tentang ASI Eksklusif

dan membuat kegiatan-kegiatan lainnya. Namun partisipasi masyarakat Trawas khususnya ibu hamil dan ibu menyusui dirasa sangat kurang. Apalagi Puskesmas Trawas sendiri belum memiliki media yang dibuat untuk mengkampanyekan pentingnya ASI eksklusif.

### Analisis SWOT

Keunggulan (*strength*) yang dimiliki oleh ASI Eksklusif yaitu ASI memiliki nutrisi yang sempurna bagi perkembangan bayi. ASI diberikan kepada bayi karena mengandung banyak manfaat dan kelebihan.

Kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki oleh ASI Eksklusif adalah rasa susu formula lebih bervariasi. Sedangkan ASI rasanya hanya seperti itu saja. Selain itu, ibu kurang bebas memberikan ASI untuk bayi jika ditempat umum. Tidak bisa memberikan ASI ditempat sembarangan harus mencari tempat yang tertutup.

Peluang (*Opportunity*) dari ILM himbauan tentang pentingnya ASI eksklusif ini adalah mengenai seberapa banyak jumlah ibu yang mempunyai bayi dan ibu menyusui di daerah trawas yang kurang mengerti pentingnya ASI Eksklusif bagi perkembangan bayi. Karena jumlah ibu yang tidak memberikan ASI Eksklusif lebih banyak dibandingkan ibu yang memberikan ASI Eksklusif di daerah trawas.

Ancaman (*Threats*) Ancaman dari ILM himbauan tentang pentingnya ASI Eksklusif ini adalah gencarnya iklan mengenai susu formula sebagai pengganti ASI Eksklusif melalui media cetak maupun media elektronik yang lebih bisa menarik perhatian beberapa masyarakat khususnya ibu menyusui dan ibu yang mempunyai bayi di daerah trawas.

### Analisis USP (*Unique Selling Proposition*)

Komposisi ASI terbilang sangat unik. ASI mengandung enzim yang berfungsi untuk memudahkan ASI tercerna. Hal ini tidak dimiliki jenis susu lainnya. Keunikan yang lain ialah selain ASI bermanfaat bagi bayi ASI juga dapat bermanfaat bagi ibu, menyusui bayi segera setelah lahir dapat mendorong terjadinya kontraksi Rahim dan mencegah terjadinya pendarahan. Menyusui dapat mengurangi resiko terkena kanker payudara dan kanker Rahim. Hubungan batin antara ibu dan bayi akan terjalin erat karena saat menyusui bayi menempel pada tubuh ibu. Bayi bisa mendengarkan detak jantung ibu dan merasakan dekapan ibu.

### Konsep Desain

Tema yang digunakan adalah “Bayi Sehat Bayi ASI”. Tema ini dipilih sebagai ajakan kepada masyarakat trawas agar sadar bahwa ASI Eksklusif sangatlah baik bagi perkembangan bayi dibandingkan dengan pemberian susu formula.

Pada perancangan desain ILM ini headline yang digunakan adalah “ASI Eksklusif Lebih Baik” headline ini berfungsi sebagai pelengkap pesan visual pada gambar ilustrasi yang akan ditampilkan sebagai informasi pada karya desain. Maksud dari headline ini adalah bahwa ASI merupakan minuman dan makanan tunggal atau satu-satunya yang paling sempurna untuk

dikonsumsi bayi, dari sejak awal kehidupan hingga enam bulan. Seluruh yang dibutuhkan oleh bayi tercukupi melalui ASI sehingga ASI jauh lebih baik dibandingkan susu formula.

Selain headline, pesan verbal pada karya desain juga ditunjukkan pada tagline yang ditampilkan yaitu “Lindungi Si Bayi Dari Kuman Dan Bakteri Dengan Memberikan ASI Eksklusif 0-6 Bulan” yang intinya yaitu agar masyarakat daerah trawas khususnya ibu hamil maupun ibu menyusui selalu ingat untuk melindungi bayi dari kuman dan bakteri agar bayi tetap sehat dengan cara memberikan bayi ASI secara eksklusif dari sejak awal kehidupan bayi sampai bayi berusia 6 bulan.

Bentuk pesan verbal yang disertakan pada semua karya desain yaitu penjelasan secara singkat dari manfaat ASI Eksklusif untuk melengkapi gambar ilustrasi. Selain itu ditambahkan pula penjelasan tentang pengertian ASI Eksklusif serta manfaat yang terkandung didalam ASI Eksklusif secara detail dalam desain brosur.

Sesuai tema maka pesan visual yang ditampilkan adalah gambar ilustrasi bentuk tetesan air yang didalamnya terdapat gambar ilustrasi bayi dengan maksud bayi tersebut dilindungi oleh ASI. Dengan tambahan ilustrasi simbol tentang manfaat yang terkandung dalam ASI juga terdapat gambar ilustrasi kuman dan bakteri. Dari pesan visual tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi yang jelas, mudah dimengerti dan menarik untuk audiens. Bentuk pesan visual ini diaplikasikan dalam setiap media desain yang dirancang

Gaya desain yang digunakan adalah gaya kartun. Desain yang akan dibuat berkesan santai dan *fun*, yang dimaksudkan agar desain terlihat sederhana namun tetap komunikatif. Hal ini bertujuan untuk melakukan pendekatan persuasif kepada masyarakat trawas untuk selalu ingat tentang pentingnya ASI Eksklusif sehingga pesan verbal dan visual bisa tersampaikan dengan baik pada audiens. Gaya desain yang casual namun tetap bersifat formal pada karya desain digunakan untuk menyampaikan informasi pada masyarakat daerah trawas khususnya ibu hamil maupun ibu menyusui dengan tujuan agar masyarakat lebih mudah mengerti maksud dari karya desain yang di buat.

### PERANCANGAN

Pada proses keseluruhan karya desain himbauan tentang pentingnya ASI Eksklusif ini desainer menggunakan *software* Adobe Photoshop CS3. Dalam perancangan ILM tentang ASI Eksklusif ini akan lebih di dominasi dengan elemen visual berupa gambar ilustrasi di setiap medianya. Gambar ilustrasi tersebut akan ada di setiap media perancangan ILM yang dipadukan dengan elemen lainnya seperti teks.

Pada proses *thumbnail* ini, desainer memikirkan ide-ide yang terlintas dalam pemikiran yang berhubungan dengan konsep desain dan tema desain yang akan di buat. Kemudian ide-ide tersebut di tuangkan dalam kertas dengan cara menggambar menggunakan pensil sehingga membentuk sketsa kasar. Lalu, desainer juga



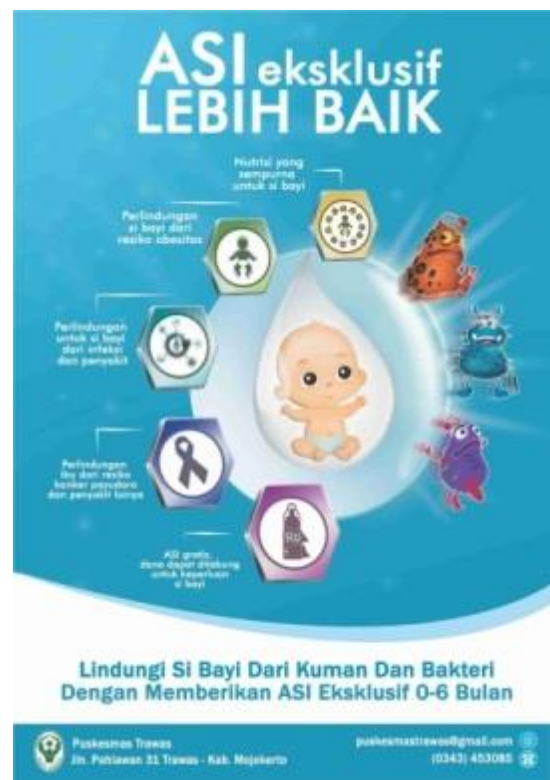
merencanakan dan memperkirakan letak elemen layout seperti gambar-gambar dan kata-kata yang sudah di buat, termasuk juga urutan dan pengaturannya untuk karya desain yang lebih bagus.

Setelah konsep telah ditentukan dan seluruh ide telah dikembangkan dengan melalui tahap thumbnail. Langkah berikutnya dibuatlah *tight tissue* atau *comprehensive* (disingkat menjadi *comp*). *Comp* adalah suatu bentuk visual dari ide pemikiran desainer. *Comp* hampir sama persis dengan hasil akhir. Proses *comp* dimulai dengan membuka software aplikasi photoshop. Setelah sebelumnya pembuatan gambar ilustrasi selesai, desainer menentukan ukuran karya desain dengan memperhatikan resolusi gambar agar pada saat proses percetakan karya desain tidak akan pecah. Warna yang digunakan pada keseluruhan desain yaitu warna biru bergladi dari warna biru tua C: 80%, M:19%, Y: 15%, K: 7%, biru muda C: 67%, M: 11%, Y: 13%, K: 4% dan biru *soft* C: 62%, M: 3%, Y: 7%, K:1%. Kemudian dilanjutkan dengan memasukkan gambar-gambar ilustrasi yang sudah dibuat pada lembar kerja desain dengan menambahkan headline, tagline, logo dan keterangan lainnya serta mengatur kesesuaian tata letak pada karya desain agar terlihat dinamis, komposisinya pas dan senada. Pemilihan warna huruf disesuaikan dengan warna background. Tata letak huruf diatur dan diberikan *white space* agar audiens dapat membaca informasi dengan baik dan jelas.

Setelah semua proses selesai, langkah selanjutnya adalah mencetak karya desain dengan ukuran yang diperkecil. Hasil cetak akan dipresentasikan kepada validator untuk mendapatkan penilaian maupun kritik dan saran sebagai langkah perbaikan desain sebelum hasil final.

Finally art atau perwujudan desain akhir merupakan bentuk nyata dari hasil karya yang sudah dibuat oleh desainer.. Hasil karya desain billboard akan didisplay dalam ukuran skala yang diperkecil dari ukuran yang sebenarnya. Billboard akan dicetak dengan menggunakan bahan vinyl dan kayu sebagai konstruksi penyangga. Sama dengan billboard, x-banner juga akan dicetak dengan menggunakan bahan vinyl dengan penyangga yang berbentuk X. Sedangkan karya desain poster, brosur, kalender, hanging mobile akan dicetak dengan menggunakan bahan kertas art paper, stiker akan di cetak menggunakan bahan bontak. Berbeda dengan billboard, karya desain lainnya akan dicetak dengan ukuran yang sebenarnya

Pada validasi pertama dari tujuh karya yang dibuat validator Dwi Prasetya, S.Sn, M.pd akan memberikan penilaian serta saran untuk dilakukan perbaikan kemudian dilakukan validasi kedua sehingga nantinya akan terwujud final desain.



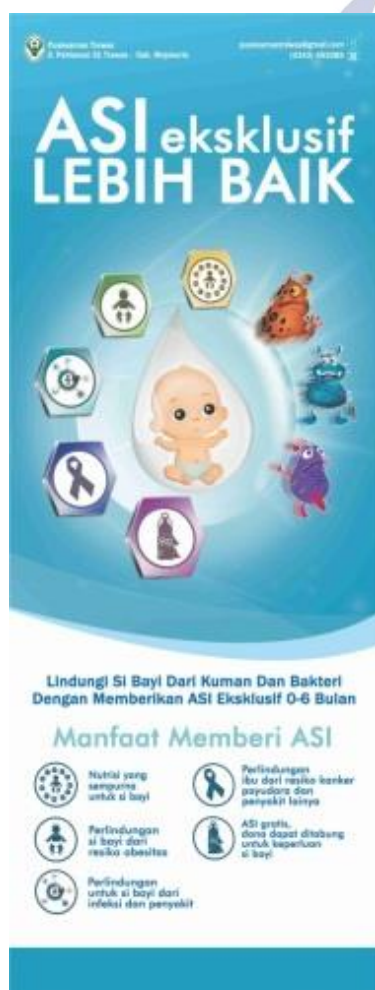
Gambar 1: Desain Final Poster

Poster berukuran A2 (42 cm x 59.4 cm) dengan konsep yang fokus pada keunggulan ASI dengan informasi yang singkat dan jelas. Font pada headline desain menggunakan font Futura Md Bt dengan ukuran yang berbeda dari setiap katanya. Ukuran kata “ASI” 97.95 pt, “eksklusif” 63.48 pt, dan “LEBIH BAIK” 81.38 pt dengan huruf berwarna putih. Untuk subheadline yang berisi tentang penjelasan singkat tentang keunggulan ASI juga menggunakan font Futura Md Bt, huruf berwarna putih dengan ukuran 18.14 pt. Tagline pada karya desain menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 34.42 pt dan huruf berwarna biru. Disebelah pojok kanan dan kiri desain terdapat informasi tentang pemberi berita yang diketik juga menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 20 pt dan huruf berwarna putih. Tidak lupa desainer juga menambahkan logo Dinas Kesehatan.



Gambar 2: Desain Final Billboard

Keseluruhan desain billboard memfokuskan pada gambar ilustrasi keunggulan ASI serta informasi penjelasannya secara singkat yang diketik dengan menggunakan font Futura Md Bt dengan ukuran 27.89 pt dan headline tentang pentingnya ASI. Isi pesan yang disampaikan harus padat, singkat, jelas dan mudah dipahami. Font pada headline desain menggunakan font Futura Md Bt dengan ukuran “ASI” 170.59 pt, “eksklusif” 110.56 pt dan “LEBIH BAIK” 141.74 pt dengan huruf berwarna putih. Tagline desain menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 37.84 pt, huruf berwarna putih. Tidak lupa menambahkan logo Dinas Kesehatan dan teks pendukung informasi tentang pemberi berita yang diketik menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 30 pt yang di letakkan di pojok kanan dan kiri desain huruf berwarna biru. Ukuran logo lebih diperkecil dari ukuran elemen visual dan elemen teks lainnya dimaksudkan agar audiens yang melihat lebih fokus pada gambar ilustrasi dan pesan yang disampaikan.



Gambar 3: Desain Final X-Banner

X-banner dengan ukuran 60 cm x 160 cm dengan rancangan konstruksi penyangga berbentuk “X” sehingga banner bisa berdiri sendiri. Isi X-banner di fokuskan pada gambar ilustrasi dan headline. Berbeda dari layout

desain lainnya, gambar ilustrasi keunggulan ASI tidak diikuti sertakan sub headline tentang penjelasan singkat keunggulan ASI sehingga pada saat melihat X-banner audiens langsung fokus terhadap gambar ilustrasi. Headline desain menggunakan font Futura Md Bt dengan ukuran yang berbeda dari setiap katanya yaitu “ASI” 167.86 pt, “eksklusif” 108.8 pt dan “LEBIH BAIK” 139.47 pt, huruf berwarna putih. Tagline menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 36.62, huruf berwarna biru. Sub headline tentang penjelasan singkat keunggulan ASI menggunakan font Futura Md Bt dengan ukuran 18.14 pt, huruf berwarna biru. Disebelah pojok kanan dan kiri desain terdapat informasi pemberi berita yang di ketik menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 20 pt, huruf berwarna putih. Tidak lupa pada karya desain juga ditambahkan logo Dinas Kesehatan.

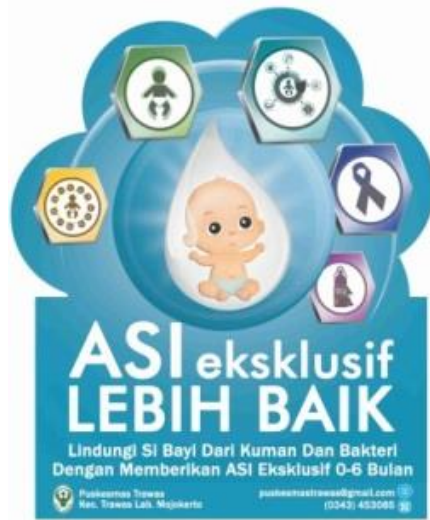


Gambar 4: Desain Final Kalender

Kalender dengan ukuran 31 cm x 53.26 cm dipilih desainer sebagai media pendukung untuk penyebaran informasi. Kalender didesain dengan model satu muka (1 lembar kalender di isi 12 bulan). Headline desain menggunakan font Futura Md Bt dengan ukuran “ASI” 117.92 pt, “eksklusif” 79.06 pt dan “LEBIH BAIK” 101.55 pt. Tagline desain menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 24 pt sedangkan sub headline yang berisikan informasi penjelasan singkat tentang keunggulan ASI menggunakan font Futura Md Bt dengan ukuran 12 pt. Pada informasi kalender, penulisan bulan, hari dan keterangan hari libur diketik menggunakan font AliceOne Demo dengan ukuran penulisan bulan 22.7 pt, hari 6.76 pt, keterangan hari libur 6 pt. Penulisan tanggal menggunakan font Arial Rounded MT Bold dengan ukuran 12.52 pt. Tidak lupa pada desain kalender ditambahkan logo Dinas Kesehatan,



juga informasi tentang pemberi berita yang di ketik menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 16 pt huruf berwarna biru.



Gambar 5: Desain Final Stiker

Stiker dengan ukuran 13 cm x 16.5 cm berisikan gambar ilustrasi bayi, gambar ilustrasi keunggulan ASI, headline, tagline, logo Dinas Kesehatan juga informasi tentang pemberi berita. Seperti halnya dengan karya desain hanging mobile, stiker didesain tanpa banyak menggunakan tulisan atau penjelasan tentang ASI lainnya sehingga difokuskan pada gambar ilustrasi, headline dan tagline. Headline pada karya desain stiker menggunakan font Futura Md Bt dengan ukuran “ASI” 54.19 pt, “eksklusif” 35.12 pt dan “LEBIH BAIK” 45.02 pt. Tagline desain menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 12.94 pt. Teks pendukung tentang informasi pemberi berita di ketik menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 7.69 pt. Semua elemen teks menggunakan huruf berwarna putih.



Gambar 6: Desain Final Hanging Mobile

Hanging mobile dengan ukuran 21 cm x 24.7 cm didesain tanpa banyak menggunakan tulisan atau penjelasan tentang ASI lainnya sehingga hanging mobile ini difokuskan untuk mengkomunikasikan pesan secara khusus melalui visualisasi tema ASI eksklusif. Hanging mobile dicetak sebanyak 4x dan akan dibentuk menjadi persegi empat. Setelah dibentuk, pada bagian pojok sisi

kanan dan sisi kiri karya desain akan dipasang tali. Kemudian masing-masing tali dijadikan satu lalu di tali simpul agar hanging mobile bisa digantung dibagian atas ruangan khusus ibu dan bayi sebagai pajangan. Headline desain menggunakan font Futura Md Bt dengan ukuran “ASI” 95.15 pt, “eksklusif” 61.67 pt dan “LEBIH BAIK” 79.06 pt. Tagline menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 19.89 pt. Teks pendukung informasi tentang pemberi berita menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 14 pt. Semua huruf headline, tagline dan teks pendukung berwarna putih.



Gambar 7: Desain Final Brosur

Brosur berukuran 20 cm x 20 cm dibagi menjadi sisi luar dan sisi dalam. Format brosur adalah 2 lipatan yang berarti disetiap sisi luar dan dalam masing-masing terdapat 2 halaman. Pada sisi luar brosur dibagi menjadi 2 halaman yaitu cover depan dan satu halaman lainnya yaitu penjelasan tentang pentingnya ASI eksklusif. Pada

sisi dalam juga dibagi menjadi 2 halaman diantaranya berisi penjelasan tentang manfaat yang terkandung dalam ASI. Pada sisi luar brosur halaman cover headline menggunakan font Futura Md Bt dengan ukuran yang berbeda dari setiap katanya “ASI” 51.07 pt, “eksklusif” 33.1 pt dan “LEBIH BAIK” 42.43 pt dengan huruf berwarna putih. Lalu tagline menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 12.48 pt huruf berwarna biru. Pada sisi lainnya teks pendukung “Pentingnya ASI Eksklusif” menggunakan font Gills Sans MT dengan ukuran yang berbeda “Pentingnya” 20.27 pt dan “ASI Eksklusif” 27.73 pt huruf berwarna putih. Body copy yang menjelaskan tentang pentingnya ASI Eksklusif juga menggunakan font Gill Sans MT dengan ukuran 12.45 pt huruf berwarna putih. Teks pendukung mengenai informasi pemberi berita menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran 9 pt huruf berwarna putih. Tidak lupa desainer juga menambahkan logo Dinas Kesehatan. Pada sisi dalam brosur teks pendukung “Manfaat Memberi ASI Eksklusif” menggunakan font Franklin Gothic Medium dengan ukuran font 25.67 pt huruf berwarna putih. Body copy yang berisi penjelasan tentang manfaat yang terkandung dalam ASI menggunakan font Gill Sans MT dengan ukuran 11.86 pt huruf berwarna biru.

## PENUTUP

### Simpulan

Simpulan yang dapat diambil dari perancangan desain iklan layanan masyarakat tentang pentingnya ASI eksklusif secara keseluruhan adalah:

Konsep perancangan karya desain iklan layanan masyarakat tentang pentingnya ASI eksklusif menggunakan tema “Bayi Sehat Bayi ASI”. Tema ini dipilih sebagai ajakan kepada masyarakat trawas agar sadar bahwa ASI eksklusif sangatlah baik bagi perkembangan bayi dibandingkan dengan pemberian susu formula. Headline yang digunakan ialah “ASI eksklusif LEBIH BAIK” dan diterapkan pada setiap media dalam pengaplikasiannya. Gaya desain yang digunakan adalah gaya kartun. Desain yang akan dibuat berkesan santai dan *fun*, yang dimaksudkan agar desain terlihat sederhana namun tetap komunikatif.

Proses visualisasi desain secara keseluruhan dikerjakan melalui media computer dengan menggunakan software Adobe Photoshop CS3. Yang sebelumnya melalui tahap-tahap desain yaitu thumbnail yang merupakan tahap awal pembuatan desain kasar atau sketsa dengan menggunakan alat pensil dan kertas gambar sebagai media gambarnya. Kemudian dilanjutkan dengan tahap tight tissue atau comp, yaitu bentuk visual dari sketsa kasar yang sudah dibuat sebelumnya. Tahap tight tissue atau comp ini hampir sama persis dengan hasil akhir. Setelah tahap tight tissue atau comp selesai, kemudian hasil karya desain di cetak dengan ukuran yang diperkecil menggunakan mesin digital printing dan kemudian karya desain tersebut di validasikan kepada dosen ahli desain komunikasi visual. Melalui tahap validasi, karya desain mengalami perbaikan hingga

sampai pada tahap desain kahir atau finally art. Setelah tahap ini selesai maka karya desain siap untuk diproduksi.

Penerapan karya desain billboard pada hasil akhir dibuat menjadi make-up. Billboard sebenarnya nantinya akan diletakkan pada pertigaan jalan menuju desa Ketapan Rame dan menuju ke desa Tamiajeng. Sedangkan karya desain yang berupa poster, x-banner, brosur, hanging mobile, kalender dan stiker akan diletakkan di ruangan khusus ibu dan bayi di Puskesmas Trawas yang dicetak dengan menggunakan ukuran yang sebenarnya.

## Saran

Saran untuk Puskesmas Trawas agar memperkuat positioning dari ILM tentang pentingnya ASI eksklusif, media yang dirancang tetap satu tema yang bertujuan agar setiap media yang disampaikan mampu melekat dalam benak masyarakat dan menjadikan media tersebut sebagai ciri khas desain ILM tentang pentingnya ASI eksklusif yang ada di Trawas. Dan bisa menjadi inspirasi dan masukan bagi pembaca maupun peneliti lain untuk membuat perancangan media kampanye untuk mendukung program-program lain yang dibuat oleh Puskesmas Trawas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Lexy J Moleong. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rangkuti, Freddy. (2012). *Creating Effective Marketing Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.